



**STRATEGI IKLAN *BELOW THE LINE* BROSUR PT MIFTAH
PUTRA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MINAT
KONSUMEN PERUMAHAN GREEN PUTRA MANDIRI DEPOK
JAWA BARAT**

SKRIPSI

RIZKA ELVISTA MAULANI

1210411089

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2017**



**STRATEGI IKLAN *BELOW THE LINE* BROSUR PT MIFTAH
PUTRA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MINAT
KONSUMEN PERUMAHAN GREEN PUTRA MANDIRI DEPOK
JAWA BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

RIZKA ELVISTA MAULANI

1210411089

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Rizka Elvista Maulani

NRP : 1210411089

Tanggal : 18 Januari 2017

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Januari 2017

Yang Menyatakan.



Rizka Elvista Maulani

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizka Elvista Maulani
NRP : 1210411089
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI IKLAN *BELOW THE LINE* BROSUR PT MIFTAH PUTRA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MINAT KONSUMEN PERUMAHAN GREEN PUTRA MANDIRI DEPOK JAWA BARAT

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Januari 2017

Yang menyatakan,



(Rizka ElvistaMaulani)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

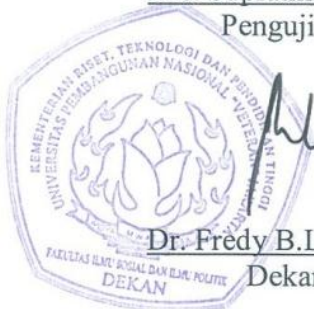
Nama : Rizka Elvista Maulani
NRP : 1210411089
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Iklan *Below The Line* Brosur PT Miftah Putra Mandiri Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Konsumen Perumahan Green Putra Mandiri Depok Jawa Barat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dra. Masayu S Hanim, M.Si
Ketua Penguji

Drs. Supratman, M.Si
Penguji I

Damayanti, S.Sos, M.Si
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Fredy B.L Tobing
Dekan

Damayanti, S.Sos, M.Si
Ka. Prodi. Ilmu Komunikasi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 18 Januari 2017

STRATEGI IKLAN *BELOW THE LINE* BROSUR PT MIFTAH PUTRA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MINAT KONSUMEN PERUMAHAN GREEN PUTRA MANDIRI DEPOK JAWA BARAT

Rizka Elvista Maulani

Abstrak

Latar belakang rumah mempunyai banyak fungsi, dan paling utama adalah sebagai tempat tinggal dan tempat berlindung. Properti khususnya perumahan merupakan kebutuhan papan yang merupakan salah satu kebutuhan dasar (primer) konsumen. PT Miftah Putra Mandiri merupakan salah satu pengembang perumahan yang menyediakan rumah dengan berbagai tipe. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana strategi iklan *Below The Line* brosur PT Miftah Putra Mandiri sehingga dapat meningkatkan jumlah minat konsumen Perumahan *Green* Putra Mandiri. **Tujuan penelitian** untuk memperoleh bagaimana strategi iklan PT Miftah Putra Mandiri dalam meningkatkan jumlah minat konsumen Perumahan *Green* Putra Mandiri. **Definisi konsep** dalam penelitian ini adalah strategi, periklanan, iklan, iklan cetak, *Below The Line*, brosur, teori S-O-R, dan konsumen. **Metedologi penelitian** pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menganalisis data dari hasil wawancara dan observasi. **Hasil penelitian** ini berdasarkan wawancara terhadap *key informan* dan *informan* maka hasil yang diperoleh dalam meningkatkan jumlah minat konsumen Perumahan *Green* Putra Mandiri melalui strategi iklan *Below The Line* brosur. Strategi media beriklan *Below The Line* yang dilakukan PT Miftah Putra Mandiri ialah brosur yang informatif dengan menawarkan secara langsung pada calon konsumen di acara besar atau event dan media pendukung lainnya strategi iklan pada media digital yaitu radio. Media digital dilakukan ini hanya bersifat pendukung melainkan penyebaran brosur yang lebih produktif dan informatif. **Kesimpulan** penelitian ini adalah PT Miftah Putra Mandiri melakukan strategi iklan dalam meningkatkan jumlah minat konsumen untuk Perumahan *Green* Putra Mandiri dengan menggunakan media iklan cetak *Below The Line* brosur yang cukup menarik hati para calon konsumen.

Kata kunci: Strategi, Iklan, *Below The Line*, Brosur.

ADVERTISING STRATEGY BELOW THE LINE BROCHURE PT MIFTAH PUTRA MANDIRI TO INCREASE CONSUMER INTEREST HOUSING OF GREEN PUTRA MANDIRI DEPOK WEST JAVA

Rizka Elvista Maulani

Abstract

The background the house has many functions, and most major is as the residence and a place of refuge. Property especially realty was the a board that forms one needs for basic (primary) consumer. PT Miftah Putra Mandiri is one of housing developer that provide homes with various types. The problems is how advertising strategy below the line brochures PT Miftah Putra Mandiri so that it can increase the amount of consumer interest housing of Green Putra Mandiri. **The purpose** to obtain how advertising strategy PT Miftah Putra Mandiri in increase the amount of consumer interest housing of Green Putra Mandiri **Definition Concept** in this research is strategy, advertising, print ads, below the line, brochures, theory of S-O-R, and consumers. **Research methodology** in this research used a qualitative methodology that was is descriptive by analyzing data from the results of interviews and observation. **The result** It is based on interviewing key informants and informants the obtained in increase the amount of interest consumers housing of Green Putra Mandiri through a strategy of advertising below the line brochures. Strategy media advertise below the line held by pt miftah the son of mandiri is brochures than informative by offering directly to the consumers major events or event and media other supporters strategy advertising in a media digital is the radio. Digital media done this have only been supporting but the spread of brochures more productive and informative. **The conclusion** of this research is PT Miftah Putra Mandiri do advertising strategy in increase the amount of consumer interest for housing of Green Putra Mandiri with uses the media print ads below the line brochure that are attractive the hearts of candidates consumers.

Keywords: Strategy, Advert, Below The Line, Brochure.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Juni 2016 ini adalah Strategi Iklan *Below The Line* Brosur PT Miftah Putra Mandiri Dalam Meningkatkan Jumlah Minat Konsumen Perumahan *Green* Putra Mandiri Depok Jawa Barat. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Damayanti M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, saudara-saudaraku serta seluruh keluarga yang memberikan penulis semangat dan do'a. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, Ade Putra, Wulan Ramadhan, Pindy Veronika, Sri Ismawati, Nor Husna, Vinny Yuliana, Dwi Ajeng, Nattan, Bavin, Zahra, Yuli, Astri, Aini, Eti, dan juga teman-teman Periklanan 2012, Ilmu Komunikasi angkatan 2012, yang sama-sama berusaha dan saling memberikan dukungan dan saran yang bermanfaat.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk meningkatkan kualitas dalam skripsi ini.

Jakarta, 18 Januari 2017

Penyusun

Rizka Elvista Maulani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
I.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORITIS	
II.1 Kerangka Teoritis	10
II.2 Periklanan	15
II.3 Definisi Konsep	16
II.3.1 Strategi.....	16
II.3.2 Strategi Periklanan	17
II.3.3 Iklan.....	18
II.3.4 Iklan Cetak	19
II.3.5 <i>Below The Line</i>	19
II.3.6 Brosur	21
II.3.7 Teori S-O-R.....	22
II.3.8 Konsumen.....	23
II.4 Kerangka Berpikir	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Pendekatan Penelitian	27
III.2 Jenis Penelitian.....	27
III.3 Objek Penelitian	28
III.4 Teknik Pengumpulan Data	28
III.5 Penentuan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	30
III.6 Teknik Analisis Data.....	31
III.7 Teknik Keabsahan Data	31
III.8 Waktu dan Tempat Penelitian	33

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Analisa Objek dan Penelitian.....	34
IV.2 Hasil Penelitian	45
IV.3 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULANDAN SARAN	
V.1 Kesimpulan	63
V.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berpikir	26
Gambar 2	Logo PT Miftah Putra Mandiri.....	34
Gambar 3	Logo Rumah MPM.....	38
Gambar 4	Logo MPM Cemerlang Radio 107,2 FM	39
Gambar 5	Brosur Perumahan Green Putra Mandiri	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 From A.2.2 (Kegiatan Konsultasi Skripsi)
- Lampiran 2 From A.5 (Tanda Persetujuan Ujian Skripsi)
- Lampiran 3 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 4 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 5 Hasil Wawancara *Key informan* dan *Informan*
- Lampiran 6 Dokumentasi